

*Източник: AIGA | the  
professional association for  
design.*

*Този наръчник ще ви даде  
реалистична, полезна  
информация за процеса –  
избора на проектант,  
осигуряване на ясно  
разбиране на целите,  
оценка на разходите и  
ръководене на проект до  
желаната цел.*

## Наръчник на клиента

Графичният дизайн не е стока. Това е строго индивидуален резултат от работата на хора, които правят нещо, което не можете да направите сам. Когато си сътрудничите с дизайнер, резултатите обикновено са също дизайнерски. Този наръчник е за това как да получите творчески резултати.

### Стойност

Добрият дизайн не е евтин. В будизма няма добра или лоша карма. Същото не може да се каже за дизайна. Кармата е универсално състояние, дизайнът е човешко действие. Живеем във време на сензорно нападение състезаващо се за очите ни. Предизвикателство за всички компании е да привлекат клиента към своите продукти. Как компаниите да комуникират с пазарите си е основно средство на диференциация днес. Ефективната комуникация е все по-важна за бизнеса.

### Какво е и какво не е дизайнът

Дизайнът често има добър външен вид, който се бърка със стил. Дизайнът е основната структура на комуникацията, а не само добър външен вид. Важна е „Голата идея“ - съобщението, което остава и без гарнитурата. Идеята даваща тегло на дизайна е способността му да влияе върху публиката положително или отрицателно.

### Обектът на дизайн

Дизайнът е насочен към цялото, а не към частите. Ако сте със скъп костюм на Армани и лоши обувки ще бъдете запомнени с лошите обувки. Несъвместимостта поражда съмнение, а съмнението за клиента е знак да бъде предпазлив. Не е достатъчно за една компания да има голямо лого. Съобщението трябва да се предава в целия спектър на взаимодействие на компанията с техните пазари – как да се отговори по телефона, корпоративната идентичност, марката, опаковането, печатната реклама, интернет, уеб-базираните комуникации. Не „замахът“ направи Nike успешна компания. Nike направиха „замахът“ икона отражение на внимателно оркестриран пазарен подход.

## Намирането на правилен дизайнер

Добрият дизайн не е евтин. В будизма няма добра или лоша карма. Същото не може да се каже за дизайна. Кармата е универсално състояние, дизайнът е човешко действие. Живеем във време на сензорно нападение състезаващо се за очите ни. Предизвикателство за всички компании е да привлечат клиента към своите продукти. Как компаниите да комуникират с пазарите си е основно средство на диференциация днес. Ефективната комуникация е все по-важна за бизнеса.

## Брифинг цели

Той има за цел да се започне с едно общо разбиране за това, което предстои. Дава база за сравнение, с която да контролирате концепциите и изпълнението докато проекта се движи. Дизайнерите предоставят на клиента свой собствен набор от въпроси, но въпреки това си е отговорност на клиента да определи целите и задачите и идентифициране на публиката. Вашият проект не е тест за дизайнерски умения, отговорността да помогнете на дизайнера да създаде най-доброто за вас е ваша и за това става чрез брифингът.

Брифингът не е проект, той няма за цел да кажете на дизайнера как да си свърши работата. Това е изявление на вашите цели, вашите писмени очаквания за това, което дизайнът трябва да изпълни. И все пак има някои общи насоки:

- Осигуряване на ясна декларация за целите и приоритетите.
- Дали и как ще се измери постигането на вашите цели.
- Определяне и характеризирание на вашата публика и техните приоритети.
- Определяне на бюджет и срокове.
- Обясняване процеса на одобрение.
- В крайна сметка брифингът служи за проправяне на път за успешен дизайн, които да се отразят добре на всички участници.

## *Бюджет и управление*

Ако брифингът е задълбочен, управлението на проекта е по-лесно. Най-успешните сътрудничества са тези, при които цялата информация е на масата и очакванията са открити от самото начало.

Дизайнът струва пари. Винаги има бюджет, независимо дали се разкрива или не. Клиентите често се колебаят дали да го обявят. Колкото по-информирани сте като клиент за това, колко струват нещата, толкова по-ефективно можете да ръководете проекта.

## *Стандарти на професионална практика*

*Дизайнерът е отговорен за клиента.*

Професионалният дизайнер се придържа към принципите на целостта, които демонстрират уважението към професията, колегите, клиентите и публиката.

Професионалният дизайнер трябва да запознае клиента със стандартите в дизайна и да действа в интерес на клиента в рамките на професионалната отговорност.

Професионалният дизайнер не работи едновременно по задачи, които създават конфликт на интереси, без съгласието на засегнатите клиенти.

Професионалният дизайнер не може да разкрива преди завършването на проекта без съгласието на клиента това, което знае за намеренията на клиента, производствените методи и бизнес организацията.

*Дизайнерът е отговорен за клиента.*

Дизайнерите трябва да подкрепят справедливата и открита конкуренция.

Професионалният дизайнер не поема професионална задача, която е на друг дизайнер, докато не се убеди, че работата му по проекта е приключила и всички материали са собственост на клиента.

Професионалният дизайнер не се и опитва пряко или косвено да измести и конкурира друг дизайнер от неетични подбуди. Професионалният дизайнер трябва да бъде обективен и балансиращ като критикува работата на друг дизайнер и не трябва да омаловажава работата или репутацията на друг дизайнер.

Професионалният дизайнер не приема инструкции от клиент, които включват нарушаване на правата на собственост на друго лице, без разрешение или съзнателно да действа по начин включващ подобно нарушение.

Професионалният дизайнер работещ в друга държава спазва съответния кодекс за поведение на съответното национално общество.

#### *Такси*

Професионалният дизайнер трябва да работят само срещу заплащане, възнаграждение, заплата или друга уговорена форма на компенсация. Професионалният дизайнер, не приема никакви рушвети, скрити отстъпки, комисиони, квоти или плащане в натура от изпълнители или доставчици. Клиентите трябва да бъдат информирани за коректури.

Професионалният дизайнер, който има финансов интерес от всички доставчици, които могат да се възползват от препоръка, направена от дизайнера в хода на проекта ще информира клиента или работодателя за този факт по-рано от препоръката. Професионалният дизайнер, който е помолен да даде съвет относно подбора на дизайнери или консултанти не трябва да се основава на такава консултация в получаване на плащане от дизайнера или консултанта.

#### *Публичност*

Всяка самореклама или реклама не трябва да съдържа преднамерени отклонения, на компетентност, опит и професионални възможности.

#### *Авторство*

Професионалният дизайнер не може да претендира за еднолично авторство при проект, към които и други дизайнери са се присъединили.

Когато не е единственият автор на дизайна, е задължение на професионален дизайнер да определи ясно конкретните своите отговорности или участие в дизайна. Примери за такава работа не могат да се използват за реклама, или портфолио без ясна идентификация на точно определени сфери на авторство.

#### *Дизайнерът е отговорен за обществеността*

Професионалният дизайнер трябва да избягва проекти, които ще доведат до вреди за обществото.

Професионалният дизайнер съобщава истината във всички ситуации и по всяко време; с неговата или нейната работа не се правят неверни твърдения, нито съзнателно дезинформирщи. Професионалният дизайнер представлява съобщения по ясен начин във всички форми на комуникация, и избягва неверни, заблуждаващи и измамни промоция.

Професионалният дизайнер трябва да уважава достойнството на всички аудитории и да цени индивидуалните различия.

Професионалният дизайнер трябва да се стремим да бъде чувствителен към културните ценности и вярвания.